

# Allgemeine Geschäftsbedingungen für Messeveranstaltungen der Runze und Casper Werbeagentur GmbH

Stand: November 2022

## 1. Gegenstand der AGB

Gegenstand der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Tätigkeit der Runze und Casper Werbeagentur GmbH (im Weiteren Agentur genannt), die diese im Bereich einer Messeveranstaltung im Rahmen eines Gemeinschaftsstandes, bestehend aus mehreren Teilnehmern, für ihren Auftraggeber durchführt. Abweichende Vereinbarungen bedürfen der Textform und Anerkennung durch die Agentur.

## 2. Auftragsbedingungen

- 2.1 Die Agentur erbringt Leistungen nur im Rahmen der dem Auftraggeber übersandten Auftragsbestätigung.
- 2.2 Die in der Auftragsbestätigung genannten Preise gelten unter dem Vorbehalt, dass die dort zugrunde gelegten Auftragsdaten unverändert bleiben und enthalten keine Foto- und Übersetzungshonorare. Nachträgliche Änderungen auf Veranlassung des Auftraggebers werden dem Auftraggeber gesondert berechnet.
- 2.3 Alle bestellten und/oder durch die Agentur erstellten Leistungen einschließlich veränderter Vorentwürfe sind zu honorieren, auch wenn sie nicht verwendet werden oder der Auftraggeber seine Absicht ändert.
- 2.4 Die Agentur erbringt ihre Leistungen vorbehaltlich der Zulassung eines Gemeinschaftsstandes durch den Messeveranstalter sowie vorbehaltlich einer für die Finanzierung ausreichenden Anzahl von Standpartnern.

## 3. Zahlungsbedingungen

Es sind Vorauszahlungen in Höhe von 80 % der Beteiligungskosten 14 Tage nach Bestätigung des Auftrages durch die Agentur sowie weitere 20 % der Beteiligungskosten 4 Wochen vor Veranstaltungsbeginn zur Zahlung fällig. Ausnahmen sind folgende Messen: MIPTV und MIPCOM. Deren veränderte Zahlungsbedingungen entnehmen Sie bitte den aktuellen Angebotsbroschüren.

## 4. Gemeinschaftliches CD, Vorführungen, Werbung

- 4.1 Der Auftraggeber ist verpflichtet, das von der Agentur für die Messteilnahme angefertigte gemeinschaftliche Corporate Design (CD) einzuhalten.
- 4.2 Jede Form der Werbung am Gemeinschaftsstand, insbesondere das Verteilen von Prospekten und Unterlagen, sowie jede Art der Vorführung (z. B. Inbetriebnahme von Maschinen, Diapositiv-, Film- und Tonvorführungen) bedarf der Zustimmung der Agentur. Eine gesonderte Genehmigung durch den Messeveranstalter bleibt hiervon unberührt, ist der Agentur jedoch vorab in Textform mitzuteilen.
- 4.3 Der Auftraggeber ist selbst für die Einhaltung der Nutzungsrechte oder Entrichtung von Gema- Gebühren für die von ihm verwendeten Medien (Fotos, Videos, Musik) im Rahmen seines Messeauftritts verantwortlich.
- 4.4 Trotz erteilter Genehmigung des Messeveranstalters ist die Agentur berechtigt, diejenigen Vorführungen einzuschränken oder zu untersagen, die andere Teilnehmer am Gemeinschaftsstand stören. Eine Werbung oder eine Veranstaltung, die gegen die vorgenannte Regelung verstößt, darf von der Agentur entfernt, abgedeckt oder anderweitig auf Kosten und Gefahr des Ausstellers unterbunden werden.

## 5. Urheberrechte

- 5.1 Alle nicht auf den Auftraggeber ausdrücklich übertragenen urheberrechtlichen Nutzungsrechte bleiben bei der Agentur. Die Rechte an Schriftzügen, des gemeinschaftlichen CD, Werbekonstanten u. a. können nur nach gesonderter Honorarregelung vom Auftraggeber übernommen werden. Ausstellungstafeln oder Dekorelemente, soweit sie vom Auftraggeber gesondert bestellt wurden, sind hiervon jedoch ausgenommen.
- 5.2 Die Agentur ist befugt, die erbrachten Leistungen zu signieren und im Rahmen ihrer Eigenwerbung ohne Zustimmung zu verwenden.
- 5.3 Die Agentur hat das alleinige Änderungsrecht an den von ihr erstellten Arbeiten.
- 5.4 Die von der Agentur zur Herstellung der Vertragserzeugnisse eingesetzten Betriebsgegenstände bleiben, auch wenn sie gesondert berechnet wurden, Eigentum der Agentur und werden nicht mit ausgeliefert.
- 5.5 Eine über den speziellen Auftragszweck hinausgehende Verwendung, die nicht speziell honoriert wurde und damit einen Missbrauch des Nutzungsrechts durch den Auftraggeber oder durch Dritte darstellt, begründen für die Agentur – ungeachtet sonstiger Ansprüche – Ersatzansprüche von mindestens 33 % des eigenen oder, wenn höher, des mit Dritten vereinbarten Honorars. Ein höherer Schadensersatz bleibt, soweit er im Einzelnen nachgewiesen ist, vorbehalten.

## 6. Standbau, Entsorgung

- 6.1 Der von der Agentur aufgestellte Stand darf vom Auftraggeber nicht ohne vorherige Genehmigung bearbeitet oder verändert werden. Der Auftraggeber haftet im Falle eines Verstoßes für alle dadurch entstehenden Sach- und Personenschäden und hat die Agentur darüber hinaus von etwaigen Ansprüchen Dritter und insbesondere des Messeveranstalters freizustellen.
- 6.2 Jede Veränderung des Standbodens bedarf der Genehmigung durch die Agentur. Für jedwede aus einer Veränderung resultierende Beschädigung des Hallenbodens haftet der Auftraggeber selbstschuldnerisch in voller Höhe des Schadens.

- 6.3 Sämtliche Gegenstände, die vom Auftraggeber nach Ende der Messeveranstaltung auf dem Gemeinschaftsstand zurückgelassen werden, dürfen von der Agentur auf Kosten des Auftraggebers entsorgt oder auf Kosten und Gefahr des Auftraggebers von der Agentur verwahrt werden. Werden Kosten durch mehrere Teilnehmer verursacht, erfolgt die Aufteilung der Kosten auf die einzelnen Teilnehmer am Gemeinschaftsstand nach billigem Ermessen.

## 7. Gewährleistung

Reklamationen wegen Mängeln des Messestandes oder der Ausstellungsfläche sind der Agentur unverzüglich nach Bezug, spätestens aber bis um 12 Uhr mittags des ersten Ausstellungstages, in Textform mitzuteilen. Spätere Beanstandungen können nicht berücksichtigt werden und führen zu keinen Ansprüchen gegen die Agentur.

## 8. Höhere Gewalt, Schadensersatz und Kosten bei Absage oder Verschiebung

- 8.1 Ist die Agentur aufgrund von Umständen, die keine Partei zu vertreten hat, wie zum Beispiel Krieg, Naturkatastrophen, Pandemien (insbesondere pandemiebedingte behördliche Anordnungen, Reise- und Beherbergungsverbote, Quarantänevorschriften) oder aus vergleichbaren Umständen genötigt, das Standkonzept zu ändern, einen, mehrere oder den gesamten Ausstellungsbereich vorübergehend oder auch für längere Dauer zu räumen, die Messteilnahme zu verschieben, zu verkürzen oder abzusagen, so erwachsen dem Auftraggeber hieraus keine Schadensersatzansprüche gegen die Agentur.
- 8.2 Bei Absage, Verkürzung oder Verschiebung der Veranstaltung oder wesentlicher Veränderung des Veranstaltungsformats aufgrund der in Ziffer 8.1 genannten Gründe besteht kein vollständiger Rückerstattungsanspruch für die Beteiligungsgebühr. Die Agentur sichert zu, dass eventuell resultierende Rückerstattungen des Veranstalters und beauftragter Dienstleister anteilig an die Standpartner weitergereicht werden. Kosten für bereits erbrachte Leistungen können nicht erstattet werden.
- 8.3 Bei Absage der Gemeinschaftsbeteiligung seitens der Agentur hat der Auftraggeber Anspruch auf die Rückerstattung der Beteiligungsgebühr.

## 9. Haftung

- 9.1 Die Agentur haftet nur für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit. Bei leichter Fahrlässigkeit haftet die Agentur nur für die Verletzung wesentlicher Vertragspflichten, insbesondere der vertraglichen Hauptleistungspflichten. Bei leichter Fahrlässigkeit haftet die Agentur für Mängelfolgeschäden nicht und im Übrigen der Höhe nach beschränkt auf das 2-fache der in der Auftragsbestätigung ausgewiesenen Nettosumme.
- 9.2 Gegenüber dem Auftraggeber haftet die Agentur für Schäden und Verlust an dem vom Auftraggeber eingebrachten Gut nicht.
- 9.3 Der Auftraggeber haftet seinerseits für sämtliche Schäden, die der Agentur infolge einer Abänderung im Ablauf der Messteilnahme entstehen, wenn diese durch den Auftraggeber verursacht wurden

## 10. Rücktritt, Kündigung

- 10.1 Kündigt der Auftraggeber das Vertragsverhältnis 14 Tage nach Auftragserteilung oder später, stehen der Agentur 90% der vereinbarten Vergütung zu. Bei einer Kündigung zu einem früheren Zeitpunkt gelten die gesetzlichen Regelungen. Die Kündigung hat in Textform zu erfolgen.
- 10.2 Das Auftragsverhältnis kann im Übrigen von beiden Parteien nur aus wichtigem Grund gekündigt werden.
- 10.3 Wird die Kündigung durch vertragswidriges Verhalten des Auftraggebers veranlasst, so ist dieser darüber hinaus zum Ersatz des durch die Aufhebung des Vertragsverhältnisses entstehenden Schadens verpflichtet und verpflichtet, die Agentur von allen Ansprüchen Dritter, insbesondere des Messeveranstalters freizustellen. Bereits von der Agentur erbrachte Leistungen sind entsprechend zu vergüten.
- 10.4 Leistet der Auftraggeber fällige Zahlungen trotz Mahnung und Ablauf einer Nachfrist von 10 Tagen ganz oder teilweise nicht, ist die Agentur zum Rücktritt vom Vertrag berechtigt. In diesem Fall kann die Agentur von dem Auftraggeber Schadensersatz in Höhe von 100% der Beteiligungsgebühr verlangen, sofern nicht die Agentur einen höheren oder der Auftraggeber einen niedrigeren Schaden nachweisen kann. Nach dem Rücktritt vom Vertrag ist die Agentur zur Nachvermietung der zuvor von dem Auftraggeber genutzten Fläche berechtigt. Erfolgt eine solche, so sind vom Auftraggeber dennoch 25 % des Vertragswertes zu zahlen.

## 11. Schlussbestimmungen

- 11.1 Erfüllungsort und Gerichtsstand ist der Sitz der Agentur. Es gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland.
- 11.2 Sollten eine oder mehrere der vorbezeichneten Bestimmungen unwirksam sein, wird die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen dadurch nicht berührt. Anstelle der unwirksamen Bestimmung soll eine Regelung treten, die im Rahmen des rechtlich Möglichen dem Willen der Parteien am nächsten kommt.